

<https://helda.helsinki.fi>

---

## Kilpailu palstatilasta : Järjestöjen esillepääsy Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa

Vesa, Juho Antti

2017

---

Vesa , J A , Juolahti , M , Heilä , M & Riitala , O 2017 , ' Kilpailu palstatilasta : Järjestöjen esillepääsy Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa ' , Media & viestintä : kulttuurin ja työyhteiskunnan tutkimuksen lehti , Vuosikerta. 40 , Nro 1-2 , Sivut 54 63  
<https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/64983> >

---

<http://hdl.handle.net/10138/231646>

---

publishedVersion

---

*Downloaded from Helda, University of Helsinki institutional repository.*

*This is an electronic reprint of the original article.*

*This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.*

*Please cite the original version.*

## Analyysi

*Juho Vesa, Minerva Juolahti, Milka Heilä & Oona Riitala*

### Kilpailu palstatilasta: Järjestöjen esillepääsy Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa

Uutismedia on etujärjestöille ja kansalaisjärjestöille tärkeä vaikuttamiskanava. Järjestöt pyrkivät saamaan ajamilleen asioille julkisuutta ja sitä kautta vaikuttamaan esimerkiksi poliittiseen päätöksentekoon. Medianäkyvyys on järjestöille myös keino houkutella uusia jäseniä ja osoittaa nykyisille jäsenille, että järjestöt pyrkivät aktiivisesti edistämään tavoitteitaan. (Esim. Binderkrantz ym. 2017; Dür & Mateo 2013, 663.) Järjestöt julkaisevatkin ahkerasti lehdistötiedotteita, järjestävät tiedotustilaisuuksia ja ottavat yhteyttä toimittajiin (Vesa & Kantola 2016; Binderkrantz 2005). Vaikka sosiaalisesta mediasta on tullut järjestöille tärkeä vaikuttamiskanava (Chalmers & Shotton 2015; Van der Graaf ym. 2016), perinteisen median kautta vaikuttaminen on järjestöille edelleen tärkeää (Powers 2016; Vesa & Kantola 2016). Myös järjestöjen aktiivisuus sosiaalisessa mediassa tähtää usein näkyvyyden saamiseen uutismediassa (Chalmers & Shotton 2015; Powers 2016).

Demokratiassa on tärkeää julkisen keskustelun monipuolisuus eli se, että media antaisi laajasti ääntä ja näkyvyyttä erilaisia intressejä edustaville toimijoille ja ryhmille. Järjestöjen mediaesiintymisten monipuolisuus tarkoittaisi sitä, että erilaisia intressejä edustavat järjestöt pääsisivät tasapuolisesti esille mediassa ja mediaesiintymiset eivät olisi kasautuneet kovin vahvasti yksittäisille järjestöille (Binderkrantz ym. 2017). Ideaali julkisen keskustelun monipuolisuudesta ei toki välttämättä toteudu. Ensinnäkin, media käyttää uutislähteitä yleensä valikoivasti, eikä siten todennäköisesti anna kaikille järjestöille yhtä paljon näkyvyyttä. Usein on havaittu, että media seuraa valtaa: vaikutusvaltaiset henkilöt ja organisaatiot pääsevät mediassa enemmän esille. Toiseksi, järjestöjen medianäkyvyyteen vaikuttanevat myös niiden resurssit: resursseiltaan suuremmat järjestöt ainakin pyrkivät vaikuttamaan mediaan ahkerammin (Vesa & Kantola 2016; Binderkrantz 2005).

Medianäkyvyyden määrän lisäksi myös sen laadulla on väliä. Yksi osoitus laadusta on esimerkiksi se, pääsevätkö järjestöjen edustajat uutistekstissä itse ääneen, vai viitataan niiden toimintaan tai näkemyksiin epäsuorasti. Järjestöjen saamien suorien sitaattien määrää voi pitää osoituksena siitä, että järjestöä pidetään julkisuudessa legitiiminä toimijana (vrt. Lounasmeri 2016, 13).

Tätä taustaa vasten tutkimme, miten tasapuolisesti suomalaiset järjestöt pääsevät esille Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa. Puhumme *pääsystä*, koska olemme kiinnostuneita sellaisesta medianäkyvyydestä, jonka voi tulkita merkiksi järjestön vaikuttamistyön onnistumisesta (vrt. Binderkrantz ym. 2017)<sup>1</sup>. Kysymme, (a) miten vahvasti sanomalehtijulkisuus on keskittynyt tietyille järjestöille, (b) missä määrin erityyppisiä intressejä edustavat järjestöt pääsevät esille, (c) onko Aamulehden ja Helsingin Sanomien välillä tässä eroa ja (d) missä määrin erityyppisiä järjestöjä siteerataan suoraan sanomalehtijutuissa?

Tutkimusasetelma on kopioitu INTERARENA-projektista<sup>2</sup>, joka tutki järjestöjen mediaesiintymisiä Espanjassa, Isossa-Britanniassa ja Tanskassa (Binderkrantz ym. 2017). Näin pääsemme samalla myös vertailemaan Suomea näihin maihin. Näistä kolmesta maasta Suomi muistuttaa sekä media- että eturyhmäjärjestelmiensä suhteen eniten Tanskaa, joissa molemmissa nämä järjestelmät ovat perinteisesti olleet demokraattis-korporatistisia (Hallin & Mancini 2004; Lijphart 2012). Siksi onkin kiinnostavaa katsoa, onko suomalaisten järjestöjen pääsyssä mediaan eniten samankaltaisuutta juuri tanskalaisten järjestöjen kanssa.

## Aiempi tutkimus ja odotetut tulokset

Aiempi kansainvälinen tutkimus on osoittanut, että järjestöjen pääsy mediaan (ja muillekin foorumeille, kuten ministeriöiden työryhmiin [esim. Binderkrantz ym. 2015]), on vahvasti kasautunutta: melko pieni osa järjestöistä saa suuren osan mediaesiintymisistä. Tämä johtuu muun muassa siitä, että median uutiskriteerit ja käytännöt suosivat vaikutusvaltaisia järjestöjä, joilla on usein myös enemmän resursseja vaikuttaa julkisuuteen. Siksi voidaan olettaa, että medianäkyvyys kasautuu sellaisille vaikutusvaltaisille järjestöille, jotka ovat myös poliittisessa päätöksenteossa sisäpiiriläisiä. (Binderkrantz ym. 2017, 315.) Oletettavasti näin on myös Suomessa. Meilläkin pääsy poliittisen päätösten valmisteluun on vahvasti keskittynyt järjestöille, joilla on paljon resursseja (Vesa & Kantola 2016), ja tämä sama keskittyminen näkyy myös mediassa. Binderkrantzia ja kumppaneita (2017) mukaillen odotamme siis, että suomalaisten järjestöjen pääsy esille lehdissä on vahvasti keskittynyttä.

Minkä tyyppisiä intressejä edustavien järjestöjen voidaan olettaa pääsevän parhaiten esille? Järjestöt voidaan jakaa ajamiensa asioiden ja jäsenkuntansa perusteella kahteen laajempaan yläkategoriaan, *taloudellisiin järjestöihin* ja *kansalaisjärjestöihin*, joihin molempiin kuuluu neljä alakategoriaa eli järjestötyyppejä (ks. tarkemmin Liite 1; vrt. Binderkrantz ym. 2017). Taloudellisia järjestöjä ovat ammattiliitot, elinkeinoelämän järjestöt, institutionaaliset järjestöt sekä ammatilliset yhdistykset. Kansalaisjärjestöt taas jakautuvat identiteetti- ja harrastusjärjestöihin, uskonnollisiin järjestöihin sekä yleisiin kansalaisjärjestöihin. Aiemmissa kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että taloudelliset järjestöt pääsevät parhaiten esille mediassa (Binderkrantz ym. 2015; Binderkrantz ym. 2017). Tätä on selitetty ensinnäkin sillä, että taloudellisilla järjestöillä on yleensä paremmat resurssit. Niillä on myös vahvempi asema päätösten valmistelussa ja siksi uutisarvoa. (Binderkrantz ym. 2017.) Koska taloudelliset järjestöt pääsevät Suomessakin selvästi kansalaisjärjestöjä paremmin mukaan päätösvalmisteluun (Vesa & Kantola 2016), odotamme, että taloudelliset järjestöt pääsevät parhaiten esille myös sanomalehdissä (vrt. Binderkrantz ym. 2017).

Toisaalta juuri kansalaisjärjestöille julkisuus on usein tärkeämpi vaikuttamiskanava kuin taloudellisille järjestöille (Dür & Mateo 2013; vrt. Binderkrantz ym. 2017, 316–317; Vesa & Kantola 2016). Siksi oletamme, että vaikka kansalaisjärjestöt todennäköisesti pääsevät mediassa huomoinnille esille kuin taloudelliset järjestöt, niiden pääsy mediaan on kuitenkin parempaa kuin niiden pääsy päätösvalmisteluun. Esimerkiksi Tanskassa kansalaisjärjestöjen osuus oli mediassa suurempi kuin niiden osuus ministeriöiden työryhmissä (Binderkrantz ym. 2015). Siksi odotamme, että kansalaisjärjestöt pääsevät Suomessa paremmin esille sanomalehdissä kuin mukaan lakien valmisteluun. Analysoimme tätä vertaamalla media-analyysin tuloksia aiempaan tutkimukseen, jossa selvitettiin järjestöjen ja virkamiesten välistä vuorovaikutusta lainvalmistelussa (Vesa & Kantola 2016, 43).

Suomi ja Tanska ovat korporatistisia maita, joissa myös mediajärjestelmä on ollut demokraattis-korporatistinen. Poliittisen päätösvalmistelun korporatismi tarkoittaa, että tietyillä järjestöillä – perinteisesti erityisesti taloudellisilla järjestöillä – on ollut etuoikeutettu ja institutionalisoitunut asema päätösten valmistelussa (Christiansen ym. 2010). Korporatistisissa järjestöissä kytketään mukaan valmisteluun esimerkiksi komiteoiden – ja nykyään Suomessa useammin työryhmien – jäsenyyksien kautta. Iso-Britannia ja Espanja puolestaan ovat pluralistisia maita (Lijphart 2012). Pluralismi on korporatismiin vastakohta ja se tarkoittaa, että tietyille järjestöille ei anneta systemaattisesti etuoikeutettua asemaa päätösvalmistelussa, vaan ne kilpailevat vapaammin pääsystä päättäjien puheille. Suomi siis muistuttaa järjestelmänsä eniten Tanskaa, ja oletamme, että tämä heijastuu myös erityyppisten järjestöjen saamaan mediajulkisuuteen. Odotamme siis, että Suomessa erityyppisten järjestöjen esille pääsy mediassa on vertailumaista eniten samankaltaista Tanskan kanssa.

Binderkrantz ja kumppanit (2017) havaitsivat eroja myös eri lehtien välillä: esimerkiksi Isossa-Britanniassa vasemmistoon kallellaan oleva *The Guardian* päästi esille enemmän ammattiliittoja ja yleisiä kansalaisjärjestöjä, kun oikeistolaisempi *The Daily Telegraph* antoi enemmän näkyvyyttä elinkeinoelämän järjestöille. Suomessa *Aamulehti* oli aiemmin kytköksissä kokoomukseen, mutta sanomalehdet pääosin irtautuivat puoluekytköksistään 1990-luvulle tultaessa. Meillä sanomalehdistö kytkeytyykin nykyään puolueisiin selvästi löyhemmin kuin monessa muussa Euroopan maassa (esim. Van Kempen 2007, 310). Siksi odotamme, että *Aamulehden* ja *Helsingin Sanomien* välillä ei ole eroja siinä, missä määrin erityyppiset järjestöt pääsevät niissä esille.

## Aineisto ja menetelmä

Tutkimuksessa tarkasteltiin verkkoarkistojen kautta *Aamulehden*<sup>3</sup> ja *Helsingin Sanomien* numeroita aikavälillä 1.7.2013 – 30.6.2014. Kyseiset sanomalehdet valikoituivat tarkasteluun ennen kaikkea laajalevikkisyytensä vuoksi: *Helsingin Sanomat* on Suomen laajalevikkisin valtakunnallinen sanomalehti, ja *Aamulehti* vastaavasti suurin maakuntalehti. Eurooppalaisissa verrokkitutkimuksissa kustakin maasta tutkittiin yksi oikeistoon ja yksi vasemmistoon kallellaan oleva lehti. Suomessa lehtien kannat ovat vähemmän selviä.

Media-analyysissa jokaisen kuukauden neljältätoista ensimmäiseltä päivältä käytiin läpi *Kotimaa*- ja *Talous*-osastot *Helsingin Sanomista* sekä *Uutiset*-, *Kotimaa*- ja *Talous*-osastot *Aamulehdestä*. Kuukausien viidennestätoista päivästä eteenpäin julkaisuista lehdistä aineistoon otettiin mukaan ainoastaan ensimmäinen uutisaukeama.

Kolumnit ja uutisanalyysit otettiin mukaan aineistoon, mikäli ne sijaitsivat Uutiset-, Kotimaa- tai Talous-osastoilla.

Sanomalehdistä etsittiin mainintoja järjestöistä. Järjestöillä tarkoitetaan ennen kaikkea rekisteröityjä yhdistyksiä tai säätiöitä, joilla on jäseniä tai kannattajia. Analyysiyksikkö on yhden järjestön esiintyminen yhdessä lehtijutussa. Aineistoon kirjattiin kunkin artikkelin nimen, otsikon ja sijainnin lisäksi niiden poliittinen relevanssi sekä niissä esiintyvien järjestöjen nimet sekä järjestön esiintymisen sävy ja järjestön esiintymistapa jutussa (suora sitaatti vai muu maininta jne.).

Järjestöesiintymisiä etsi ja luokitteli kuusi tutkimusavustajaa<sup>4</sup> Luokittelun yhdenmukaisuutta testattiin 50 havaintoyksikön otoksella. Krippendorfin testi antoi mediaesiintymisen sävyä kuvaavalle muuttujalle arvon 0,56<sup>5</sup> ja esiintymistapaa kuvaavalle muuttujalle arvon 0,74. Esiintymistapa-muuttujan luotettavuus on siis juuri ja juuri riittävä, mutta mediaesiintymisten sävyä koskeviin johtopäätöksiin tulee suhtautua varovasti alhaisen luotettavuuden vuoksi. Järjestöt luokiteltiin edellä kuvattuihin kahdeksaan eri kategoriaan niiden tyyppin mukaan (vrt. Binderkrantz ym. 2017; ks. Liite 1).

Analyysia varten aineistosta karsittiin pois paikalliset järjestöt, jotta tutkimus olisi mahdollisimman vertailukelpoinen Binderkrantzin ja kumppaneiden (2017) Tanskassa, Espanjassa ja Isossa-Britanniassa toteuttamaan tutkimukseen. Koska tarkastelemme järjestöjen *pääsyä* mediaan, ja koska halusimme varmistaa tutkimuksen vertailukelpoisuuden muissa maissa tehtyyn tutkimukseen (vrt. Binderkrantz ym. 2017), suodatimme pois myös kaikki järjestöjen kannalta selvästi negatiivisiksi tulkitut mediaesiintymiset. Negatiivisia mediaesiintymisiä (esim. skandaalit) ei voi mieltää järjestöjen esillepääsyksi mediassa (mt.).<sup>6</sup> Tuloksemme kertovat siis ainoastaan järjestöjen saamasta neutraalista tai positiivisesta julkisuudesta. Negatiivisiksi luokiteltuja esiintymisiä oli kuitenkin aineistossa erittäin vähän, viisi prosenttia, ja niiden poisjättäminen ei vaikuta tuloksiin merkittävästi. Esimerkiksi Taulukon 1 viimeisen sarakkeen prosenttiosuudet muuttuvat korkeintaan 1,0 prosenttiyksikköä, jos negatiiviseksi luokitellut esiintymiset otetaan analyysiin mukaan. Kun aineistosta suodatettiin pois paikalliset järjestöt ja selvästi negatiiviset esiintymiset, järjestöesiintymisten kokonaismääräksi saatiin 1486.

## **Tulokset: Pääsy keskittynyt taloudellisille järjestöille**

Tulokset osoittavat, että suomalaisten järjestöjen esiintyminen sanomalehdissä on vahvasti keskittynyttä. Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa esiintyi vuoden aikana yhteensä 380 eri järjestöä. Järjestöistä 28 eli vain seitsemän prosenttia sai puolet kaikista esiintymisistä. Espanjaan, Isoon-Britanniaan ja Tanskaan verrattuna keskittymisen ei kuitenkaan näyttäisi olevan Suomessa poikkeuksellisen vahvaa, pikemminkin päinvastoin. Espanjassa vain kaksi prosenttia, Tanskassa viisi prosenttia ja Isossa-Britanniassa kuusi prosenttia järjestöistä sai puolet mediaesiintymisistä (Binderkrantz ym. 2017, 8).

Mediaesiintymisten keskittymistä kuvaa myös se, että Suomessa kymmenen eniten mainittua järjestöä sai noin kolmanneksen eli 32 prosenttia kaikista esiintymisistä. Kymmenen eniten mainittua järjestöä olivat EK, SAK, Suomen Kuntaliitto, Ammattiliitto Pro, MTK, Akava, STTK, Suomen Yrittäjät, SPR ja Finanssialan Keskusliitto. Kaikista eniten esiintymisiä saivat Elinkeinoelämän keskusliitto (n=100), SAK (n=83) sekä Suomen Kuntaliitto (n=51). Näistä lehdissä eniten esiintyneistä järjestöistä monet ovat samoja

järjestöjä, jotka aiemman tutkimuksen mukaan pääsevät parhaiten mukaan myös lainvalmisteluun (Vesa & Kantola 2016, 42). Kyse on järjestöistä, joilla lienee paljon resursseja vaikuttaa niin suoraan virkamiehiin kuin mediaankin. Media lienee niistä kiinnostunut myös siksi, että ne ovat suomalaisessa yhteiskunnassa vaikutusvaltaisia ja vakiintuneita toimijoita. Nämä havainnot tukevat aiemmassa tutkimuksessa esitettyjä selityksiä järjestöesiintymisten keskittymiselle (Binderkrantz ym. 2017).

Minkätyyppiset järjestöt pääsivät sanomalehdissä eniten esille? Kuten oletimme, taloudelliset järjestöt saivat selvästi eniten, 72 prosenttia eli yli kaksi kolmasosaa mediahuomiosta (Taulukko 1). Tässä ryhmässä elinkeinoelämän järjestöt sekä ammattiliitot veivät mediahuomiosta suurimman osan. Elinkeinoelämän järjestöt saivat 35 prosenttia ja ammattiliitot 29 prosenttia mediahuomiosta.<sup>7</sup>

Ehkä hieman yllättäen muut taloudelliset järjestöt saivat vain vähän mediahuomiota: Pääosin julkisia ja muita vakiintuneita instituutioita edustavat institutionaaliset järjestöt saivat viisi prosenttia maininnoista. Eri ammattiryhmiä edustavat ammatilliset yhdistykset taas saivat kolme prosenttia maininnoista. Institutionaalisten järjestöjen pieni näkyvyys sanomalehdissä on kiinnostavaa, koska ne pääsivät yleensä hyvin mukaan poliittisten päätösten kuten lakien valmisteluun (Vesa & Kantola 2016). Institutionaalisten järjestöjen vähäinen näkyminen sanomalehdissä voi kuitenkin johtua siitä, että niitä näyttäisi olevan Suomessa vähemmän kuin muun tyyppisiä järjestöjä (emt.). Ammatillisia yhdistyksiä, jotka myös saivat vain vähän huomiota sanomalehdissä, puolestaan näyttäisi olevan Suomessa varsin paljon, mutta niiden vähäistä medianäkyvyyttä voi selittää se, että niillä on vaikutustyöhön kaikista pienimmät resurssit (emt., 23).

Kansalaisjärjestöt sen sijaan saivat vain 28 prosenttia mediahuomiosta (Taulukko 1). Näistä järjestöistä suurimmaksi ryhmäksi nousivat yleiset kansalaisjärjestöt, joihin kuuluvat esimerkiksi humanitaarisiin kysymyksiin ja ympäristöön keskittyvät järjestöt. Muut kansalaisjärjestöt eli harrastusjärjestöt, uskonnolliset järjestöt ja erilaisia ihmisryhmiä (kuten opiskelijoita, eläkeläisiä tai maahanmuuttajia) edustavat niin sanotut identiteettijärjestöt saivat vain vähän huomiota sanomalehdissä.

Odotimme, että kansalaisjärjestöt pääsevät kuitenkin verrattain hyvin esille mediassa, jos esillepääsyä verrataan siihen, miten vahvasti ne ovat edustettuna poliittisten päätösten valmistelussa. Nojaamme päätösvalmistelun osalta tutkimukseen, jonka mukaan vain 19 prosenttia lakien valmistelussa eniten virkamiesten kanssa vuorovaikutuksessa olleista järjestöistä oli kansalaisjärjestöjä (Vesa & Kantola 2016, 43). Tulokset siis tukevat ennakko-odotustamme, koska kansalaisjärjestöt pääsivät paremmin esille mediassa kuin lainvalmistelussa. Mediassa ne saivat 28 prosenttia esiintymisistä.

**Taulukko 1:** Järjestöjen esiintyminen Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa järjestötyypin mukaan

Järjestötyyppi	Aamulehti	Helsingin Sanomat	Molemmat lehdet
Ammattiliitot	25,4%	32,4%	28,9%
Elinkeinoelämän järjestöt	34,4%	36,0%	34,7%
Institutionaaliset järjestöt	5,4%	4,1%	5,2%
Ammatilliset yhdistykset	3,1%	2,9%	3,0%
<i>Taloudelliset järjestöt yhteensä</i>	<i>68,3%</i>	<i>75,4%</i>	<i>71,9 %</i>
Identiteettijärjestöt	6,8%	6,0%	6,4%
Harrastusjärjestöt	5,1%	2,4%	3,9%
Uskonnolliset järjestöt	0,8%	1,2%	1,0%
Yleiset kansalaisjärjestöt	18,9%	14,9%	16,8%
<i>Kansalaisjärjestöt yhteensä</i>	<i>31,7%</i>	<i>24,6%</i>	<i>28,1 %</i>
<b>Yhteensä</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>N</b>	<b>739</b>	<b>747</b>	<b>1486</b>

Miltä tulokset näyttävät, kun niitä verrataan Tanskassa, Espanjassa ja Isossa-Britanniassa tehtyyn aiempaan tutkimukseen (Binderkrantz ym. 2017)? Kuten odotimme, Suomi muistuttaa eniten Tanskaa, kun tarkastellaan sitä, missä määrin erityyppiset järjestöt pääsevät sanomalehdissä esille. Ensinnäkin, taloudellisten järjestöjen ylivoima oli suurempi Tanskassa (75 %) ja Suomessa (72 %) kuin Espanjassa (68 %) ja Isossa-Britanniassa (63 %). Suomen tavoin Tanskassa elinkeinoelämän järjestöt saivat eniten huomiota ja ammattiliitot toiseksi eniten. Kansalaisjärjestöistä yleiset kansalaisjärjestöt saivat myös Tanskassa eniten huomiota. Suurin ero maiden välille syntyy institutionaalisten järjestöjen kohdalla, jotka Tanskassa saivat 12 prosenttia palstatilasta, kun taas Suomen vastaava luku oli vain viisi prosenttia. Espanjasta Suomi puolestaan eroaa enemmän: Espanjassa ammattiliitot olivat selvästi elinkeinoelämää vahvempia, ja myös identiteettijärjestöt pääsivät huomattavasti paremmin esille kuin Suomessa. Isossa-Britanniassa taas ammattiliitot ja elinkeinoelämän järjestöt saivat selvästi vähemmän palstatilaa kuin Suomessa. Siellä kansalaisjärjestöt ja ammatilliset yhdistykset puolestaan saivat enemmän huomiota. (Taulukko 1; Binderkrantz ym. 2017, 323.)

Vertailemalla Helsingin Sanomien ja Aamulehden erityyppisille järjestöille antamaa palstatilaa, voimme huomata vain muutaman pienen eroavaisuuden (Taulukko 1). Helsingin Sanomissa taloudelliset järjestöt saivat hieman enemmän palstatilaa kuin

Aamulehdessä. Ero syntyy pääosin siitä, että Aamulehti antoi vähemmän tilaa ammattiliitoille kuin Helsingin Sanomat. Verrokkitutkimusta mukaillen ammattiliitot ja yleiset kansalaisjärjestöt voidaan perinteisesti liittää vasemmistoon, kun taas elinkeinoelämän järjestöt oikeistoon. Siten Aamulehden ja Helsingin Sanomien vertailu niissä esiintyvien järjestöjen tyyppien mukaan antaa viitteitä siitä, että Aamulehti olisi hieman enemmän oikeistoa mukaileva ja että Helsingin Sanomat antaisi vähän tasaisemmin huomiota elinkeinoelämän ja työntekijäjärjestöjen näkökulmille. Ero ei ole yksiselitteinen, koska Aamulehdessä taas yleiset kansalaisjärjestöt saivat enemmän huomiota kuin Helsingin Sanomissa. Tulos on siis jossain määrin ristiriidassa sen odotuksemme kanssa, että eroja ei olisi: eroja on, mutta ne ovat pieniä ja niiden tulkinta ei ole yksiselitteinen. Aineistomme perusteella on mahdotonta sanoa, mistä erot voisivat johtua. Lehtien historialliset kytkökset puolueisiin tuskin enää 2010-luvulla vaikuttavat niiden lähdevalintoihin (vrt. Holmberg 2004).

Järjestöt pääsivät jutuissa esille useimmiten järjestön edustajan suoran sitaatin kautta (Taulukko 2). Eniten ääneen pääsivät suoran sitaatin kautta institutionaalisten järjestöjen (71 %) ja identiteettijärjestöjen (67 %) edustajat, vähiten ammattiliittojen (46 %), ammatillisten yhdistysten (48 %) sekä uskonnollisten järjestöjen (47 %) edustajat. Institutionaalisten järjestöjen edustajat ”uskallettiin” mahdollisesti päästää useammin ääneen siksi, että heidän katsotaan ehkä olevan enemmän edustamiensa julkisten instituutioiden neutraaleja edustajia kuin vaikuttamaan pyrkiviä poliittisia toimijoita. Usein järjestöjen toimintaan viitattiin myös ilman suoraa sitaattia, useimmiten uskonnollisten järjestöjen (53 %) ja ammattiliittojen kohdalla (49 %). Vain hyvin harvoissa tapauksissa jokin muu jutussa esiintyvä toimija mainitsi järjestön tai järjestöön viitataan jollain muulla tavalla.

**Taulukko 2:** Millä tavoin järjestöt pääsivät esille Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa?

	Järjestöä siteerataan suoraan	Järjestön toimintaan viitataan epäsuorasti <sup>a</sup>	Muu toimija mainitsee järjestön	Muu esiintymis- tapa	n
Ammattiliitto	46,2 %	48,6 %	1,4 %	3,8 %	420
Elinkeinoelämän järjestö	57,2 %	35,8 %	1,4 %	5,5 %	491
Institutionaalinen järjestö	71,1 %	22,4 %	1,3 %	5,3 %	76
Ammatillinen yhdistys	47,5 %	47,5 %	2,5 %	2,5 %	40
Identiteettijärjestö	66,7 %	28,9 %	0,0 %	4,4 %	90
Harrastusjärjestö	59,0 %	35,9 %	0,0 %	5,1 %	39
Uskonnollinen järjestö	46,7 %	53,3 %	0,0 %	0,0 %	15
Yleinen kansalaisjärjestö	54,0 %	38,5 %	1,9 %	5,6 %	213

<sup>a</sup> Toimintaan viitataan ilman suoraa sitaattia.



## Johtopäätökset

Olemme tarkastelleet järjestöjen pääsyä esille Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa heinäkuusta 2013 kesäkuuhun 2014. Analyysi osoitti, että muutamat järjestöt saivat merkittävän paljon huomiota suhteessa muihin: pääsy mediaan oli siis vahvasti keskitynyttä. Esimerkiksi kymmenen useimmin mainittua järjestöä saivat lähes kolmanneksen kaikista esiintymisistä. Tulos kertonee sitä, että tietyillä järjestöillä on korostunut asema yhteiskunnallisina vaikuttajina ja toimittajien tietolähteinä. Suurten ja merkittävien järjestöjen toiminnalla on uutisarvoa, koska ne ovat vahvoja vaikuttajia, ja niillä on myös paljon resursseja vaikuttaa mediaan. Vertailu Tanskassa, Isossa-Britanniassa ja Espanjassa tehtyyn tutkimukseen kuitenkin osoitti, että keskittyminen on yleinen ilmiö – ei Suomen erityispiirre. Esimerkiksi Espanjassa mediaesiintymiset näyttäisivät keskitetyn selvästi vahvemmin kuin Suomessa.

Odotetusti taloudelliset järjestöt hallitsivat Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa palstatilaa ylivoimaisesti. Elinkeinoelämän järjestöt ja ammattiliitot saivat yhteensä lähes kaksi kolmasosaa medianäkyvyydestä. Yleiset kansalaisjärjestöt tulivat kolmanneksi, mutta jo huomattavasti pienemmällä edustuksella. Julkisuuden määrä ei siis jakautunut kovin tasapuolisesti erityyppisille järjestöille. Myös vertailun kohteina olleissa maissa Tanskassa, Espanjassa ja Isossa-Britanniassa suurimman osan tutkittavina olevien lehtien palstatilasta veivät Suomen tavoin taloudelliset järjestöt, jotka ovat keskittyneet talouden, ammatin, toimeentulon ja julkisten ja vakiintuneiden instituutioiden ympärille. Kansalaisjärjestöt taas olivat selkeästi altavastaajina. Suomen luvut ovat eniten samankaltaisia Tanskan tulosten kanssa. Tämä voi kertoa siitä, että maissa on edelleen korporatistinen eturyhmäjärjestelmä, mikä voi heijastua mediajulkisuuteen (ks. Binderkrantz & Christiansen 2015; Vesa & Kantola 2016, 29).

Aamulehden ja Helsingin Sanomien välillä ei vaikuta olevan kovin suuria eroja, jotka voisi selkeästi liittää perinteiseen oikeisto-vasemmisto-jakoon. Hieman erojakin löytyy, joskaan ne eivät ole yksiselitteisiä: Ammattiliitot pääsivät Helsingin Sanomissa vähän useammin esille, kun taas yleiset kansalaisjärjestöt saivat Aamulehdessä enemmän palstatilaa.

Järjestöt pääsivät useimmiten esille siten, että niiden edustajia siteerataan suoraan. Ne siis näyttäisivät antavan paljon haastatteluja medialle, ja järjestöjen edustajat näyttäisivät toimivan mediassa usein myös asiantuntijan roolissa.

Jatkossa olisi kiinnostavaa selvittää, miten erilaiset tekijät, esimerkiksi rahoitus tai kytkökset vallalla olevaan eliittiin, vaikuttavat järjestöjen esillepääsyyn mediassa. Olisi myös mielenkiintoista tutkia, minkälaiset järjestöjen viestit tai minkälainen toiminta pääsee parhaiten esille mediassa. Kiinnostavaa on, mitä tämän tutkimuksen tulokset voivat kertoa meille yhteiskuntamme poliittisista valtarakenteista.

## Kirjallisuus

Binderkrantz, Anne (2005). Interest group strategies: Navigating between privileged access and strategies of pressure. *Political Studies* 53:4, 694–715.

- Binderkrantz, Anne Skorkjær; Peter Munk Christiansen; Helene Helboe Pedersen (2015). Interest group access to the bureaucracy, parliament, and the media. *Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions* 28:1, 95–112.
- Binderkrantz, Anne Skorkjær & Christiansen, Peter Munk (2015). From classic to modern corporatism: interest group representation in Danish public committees in 1975 and 2010. *Journal of European Public Policy* 22:7, 1022–39.
- Binderkrantz, Anne Skorkjær; Chaqués Bonafont; Laura & Halpin, Darren R. (2017). Diversity in the news? A study of interest groups in the media in the UK, Spain and Denmark. *British Journal of Political Science* 47:2, 313–328.
- Chalmers, Adam & Shotton, Paul (2016). Changing the face of advocacy? Explaining when and why interest groups use social media. *Political Communication* 33:3, 374–391.
- Christiansen, Peter Munk; Nørgaard, Asbjørn Sonne; Rommetvedt, Hilmar; Svensson, Torsten; Thesen, Gunnar & Öberg, PerOla (2010). Varieties of democracy: Interest groups and corporatist committees in Scandinavian policy making. *Voluntas* 21:1, 22–40.
- Dür, Andreas & Gemma Mateo (2013). Gaining access or going public? Interest group strategies in five European countries. *European Journal of Political Research* 52:5, 660–686.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holmberg, Jukka (2004). *Etusivun politiikka. Yhteiskunnallisten toimijoiden representointi suomalaisissa sanomalehtiutisissa 1987–2003*. Jyväskylä Studies in Humanities 30.
- Lijphart, Arend (2012). *Patterns of Democracy. Government Forms and Performance in Thirty-Six Democracies*. 2nd edition. New Haven & London: Yale University Press.
- Lounasmeri, Lotta (2016). Revisiting the spheres of public discussion. The history of Finland's globalisation debate. *Journalism Practice*.  
[Http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1259959](http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1259959)
- Powers, Matthew (2016). NGO publicity and reinforcing path dependencies: Explaining the persistence of media-centered publicity strategies. *The International Journal of Press/Politics*. 21:4, 490–507.
- Van der Graaf, Amber; Otjes, Simon & Anne Rasmussen (2016). Weapon of the weak? The social media landscape of interest groups. *European Journal of Communication* 31:2, 120–135.
- Van Kempen, Hetty (2007). Media-party parallelism and its effects: A cross-national comparative study. *Political Communication* 24:3, 303–320.
- Vesa, Juho & Kantola, Anu (2016). *Kuka pääsee mukaan? Miten järjestöjen ääni kuuluu lakien valmistelussa*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2016: 59.

**Liite 1: Järjestötyyppien luokittelu<sup>a</sup>**

<i>Järjestöluokka</i>	<i>Järjestötyyppi</i>	<i>Kuvailu</i>	<i>Esimerkkijärjestöjä</i>
Taloudelliset järjestöt	Ammattiliitot	Ajavat työhön liittyviä etuja: pyrkivät parantamaan työolosuhteita ja työsuhteita.	SAK, OAJ
	Elinkeinoelämän järjestöt	Edustavat yrityksiä tai yksityisiä elinkeinonharjoittajia.	EK, Suomen Yrittäjät
	Institutionaaliset järjestöt	Edustavat instituutioita kuten kuntia tai erilaisia laitoksia kuten oppi- tai kulttuurilaitoksia tai sosiaali- ja terveysalan laitoksia.	Suomen Kuntaliitto, Työeläkevuokattajat TELA
	Ammatilliset yhdistykset	Ammattikuntien yhteenliittymiä, joiden toiminnan painopiste ei ole työolosuhteissa ja työsuhteissa.	Suomalainen Lääkäriseura Duodecim, Nuorisotutkimusseura
Kansalaisjärjestöt	Identiteetti-järjestöt	Ajavat erilaisten ihmisryhmien etuja (ei ammattiin, harrastuksiin tai uskontoon liittyviä).	SYL, Eläkeliitto
	Harrastusjärjestöt	Harrastajien yhdistyksiä.	Valo, Suomen Palloliitto
	Uskonnolliset järjestöt	Uskonnollisia yhteisöjä tai yhdistyksiä.	Suomen metodistikirkko, Suomen Vapaakirkko
	Yleiset kansalaisjärjestöt	Ajavat tavoitteita, joihin niiden jäsenillä ei ole selektiivistä intressiä.	Ihmisoikeusliitto, Mannerheimin lastensuojeluliitto

<sup>a</sup> Taulukko on muokattu versio julkaisussa Vesa & Kantola (2016) julkaistusta taulukosta. Luokittelussa on hyödynnetty INTERARENA-projektin luokittelurunkoa.

**Viitteet**

<sup>1</sup> Olemme suodattaneet aineistosta pois sellaiset mediaesiintymiset, jotka voi tulkita selvästi negatiiviksi (esim. järjestöjen johtajiin liittyvät skandaalit)(vrt. Binderkrantz ym. 2017).

<sup>2</sup> Ks. interarena.dk.

<sup>3</sup> Käytimme Suomen Media-arkistoa, jota kiitämme hyvästä yhteistyöstä.

<sup>4</sup> Avustajat olivat Milka Heilä, Tuija Huuhtanen, Minerva Juolahti, Oona Riitala, Emilia Rodriguez ja Leena Vanninen.

<sup>5</sup> Testi on melko tiukka, koska kaikki kuusi koodaajaa koodasivat 90 prosenttia testihavainnoista täysin samalla tavalla.

<sup>6</sup> Binderkrantz ja kumppanit (2017) suodattivat pois myös sellaiset lehtijutut, jotka eivät selvästi olleet poliittisesti relevantteja. Me emme tee samoin, koska kyseisen muuttujan kohdalla koodauksen yhdenmukaisuutta testaavan Krippendorfin testin arvo oli liian pieni. Koodaajien poliittisesti ei-relevanteiksi jutuiksi luokittelemia mediaesiintymisiä on aineistossamme kuitenkin vain vähän, seitsemän prosenttia. Olemme myös testanneet, että tulokset eivät muutu olennaisesti, jos ei-relevanteiksi luokitellut esiintymiset suodatetaan pois. Mielestämme tämä pieni ero tutkimusasetelmassa ei siten merkittävästi heikennä vertailujen luotettavuutta.

<sup>7</sup> Ammattiliitot saivat molempien lehtien Talous-sivuilla huomattavasti vähemmän huomiota kuin elinkeinoelämän järjestöt. Uutiset/Kotimaa-sivuilla erot näiden kahden ryhmän välillä sen sijaan ovat pienemmät.